

**Al finalizar este módulo tendrás los conocimientos, habilidades y actitudes para:**

La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.

La aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales, relacionándolos con la imagen de la empresa y la importancia de ésta.

La utilización de equipos de telefonía e informáticos, aplicando las normas básicas de uso.

La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos.

El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida.

El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.

El apoyo administrativo a los departamentos de atención al cliente y marketing.

La atención y tramitación de consultas, quejas y reclamaciones.

El seguimiento de clientes y control del servicio post-venta.

**Al finalizar el módulo estarás en condiciones de**

**Seleccionar técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.**

**Al final del módulo habrás:**

Reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.

Distinguido entre comunicación e información.

Distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.

Reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.

Determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.

Identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.

Diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.

Distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.

Seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

**Transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa**

Al final del módulo habrás:

Identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.

Identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.

Tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.

Identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.

Elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.

Utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.

Presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.

Utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.

Valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.

Analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

**Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.**

Al final del módulo habrás:

Identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.

Identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.

Diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.

Identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.

Clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.

Redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.

Identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.

Utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.

Cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.

Utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.

Aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

**Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.**

Al final del módulo habrás:

Descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.

Diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.

Identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.

Identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones

Determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.

Realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.

Aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).

Reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.

Respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.

Aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).



### **Reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**

Al final del módulo habrás:

Desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.

Identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

Reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.

Identificado el comportamiento del cliente.

Analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.

Obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.

Adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.

Observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

Distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

**Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**

Al final del módulo habrás:

Descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.

Interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.

Identificado los elementos de la queja/reclamación.

Reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.

Identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.

Utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.

Cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.

Reconocido la importancia de la protección del consumidor.

Identificado la normativa en materia de consumo.

Diferenciado los tipos de demanda o reclamación

**Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**

Al final del módulo habrás:

Identificado el concepto de marketing.

Reconocido las funciones principales del marketing.

Valorado la importancia del departamento de marketing.

Diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.

Valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.

Valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.

Identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

**Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos**

Al final del módulo habrás:

Identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.

Descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.

Descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.

Valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.

Detectado los errores producidos en la prestación del servicio.

Aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

Explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.

Definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.

Identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.

Descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas